

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dilaksanakan yang berkaitan dengan pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Teras Cafe Medan maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian Hipotesis kedua diterima.
3. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian Hipotesis ketiga diterima.
4. Setelah penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Teras Cafe Medan, maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas konsumen Teras Cafe Medan. Dengan demikian hipotesis keempat dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Variabel *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen namun ada beberapa hal yang perlu lebih diperhatikan yaitu kebersihan kamar mandi, aroma dan suhu udara Teras Cafe, sehingga para konsumen akan merasa betah dan nyaman saat berada di cafe.
2. Sementara untuk variabel lokasi yang perlu diperhatikan adalah memperbaiki atau memperjelas papan nama yang menjadikan petunjuk lokasi Teras Cafe , karena dengan begitu lebih memudahkan konsumen baru yang akan berkunjung.
3. Untuk variabel keragaman produk sebaiknya meningkatkan ketersediaan menu baik menu makanan dan minuman. Karena beragam saja tidak cukup harus didukung pula dengan ketersediaan, karena apabila didukung dengan ketersediaan akan berpeluang besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen
4. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini mengangkat pengaruh *store atmosphere*, lokasi dan keragaman produk, yang memiliki nilai R Square rendah yaitu sebesar 32,2% dan sisanya 67,8% merupakan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam dengan menambahkan atau mengganti variabel bebas terhadap loyalitas konsumen.